传统电视媒体与新媒体的融合探讨
——短视频的制作与传播

段夕红
（诸城市融媒体中心，山东 诸城 262200）

摘 要：随着现阶段互联网技术的不断发展，新媒体应运而生。其中新媒体中短视频的制作和传播在近些年势头迅猛。相比较传统的电视媒体来说，短视频在内容、制作技术、传播方式等多方面都发生了转变。传统的媒体电视需要进行及时的改革和优化，转变思路，实现新媒体短视频创造和传播的有效融合，在自身发展优势的基础上实现融合媒体的高效发展，以此来实现为传媒未来的发展提供更加广阔的空间。

关键词：传统电视媒体；新媒体；短视频；制作；传播方式　　**中图分类号：**G206　　**文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2022）04-107-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2022.04.032
本文著录格式：段夕红．传统电视媒体与新媒体的融合探讨——短视频的制作与传播[J]. 中国传媒科技，2022（04）：107-109.

导语

随着现阶段互联网技术的不断崛起，新媒体具备了一定的发展前景，人们获取信息的途径和传播的途径都变得多元化。针对日常生活中所需要的信息和娱乐资源可以利用新媒体的客户端来实现获取，由此带来的变化对于传统媒体来说产生了一定的冲击，传统媒体需要对其进行转化和融合。传统媒体需要结合其自身的优势，结合新媒体的形式和传播方式来形成独具特色的新模式，以此来适应现阶段的媒体环境。因此在这个过程当中需要做到传统电视媒体与新媒体的优势融合，成为未来传统电视媒体行业在发展过程中的发展方向和全新领域。在这个过程当中需要找寻自己的发展模式，顺应现阶段的媒体发展趋势，不断积极的拓宽传统电视媒体在未来的媒体行业领域发展的空间和领域。鉴于此，需要实现传统电视媒体与新媒体更好地融合，对信息传播的媒体形式进行创新，实现短视频等新媒体的高效快速发展。

1. 短视频

传统媒体对信息资源输送是利用叙述式的传播方式，遵循新闻要素对新闻事件进行报道。[1] 短视频则是使用接地气、有计划且存在一定规程的信息生成和传播方式。现阶段，新媒体的短视频平台相比较传统媒体来说具有一定的优势，其基于真实资讯、热点事件来实现有趣、有料、有情怀资讯的提供和制作。

随着现阶段科学的飞速发展和互联网用户数量的增加，信息消费用户对移动端的使用已经超越了 PC 端，属于视频传播的主要阵地。短视频实现了视频资讯的及时传播，对传统的视频传播方式进行了改变和转换，对微时代的讯息传播方式也起到了积极的促进作用。在现阶段互联网时代的竞争压力下，传统的电视媒体需要积极地应用其移动短视频，结合实际情况来展开探索和利用。

移动短视频属于互联网时代的新型媒介形式，在传播方面具备自身的优势特点，制作门槛低且操作简便，用户借助于移动智能终端设备完成拍摄之后即可发布。同时在传播速度方面也相对较快，针对突发事件，用户或者记者都可以借助于短视频来进行信息的第一时间发布。在获取的门槛方面也相对较低，相对于移动网络的发展来说，网速的提升和流量资费的降低，更多的用户可以利用移动终端来进行短视频观看。与此同时，互联网时代用户的时间呈现出碎片化的状态，可以最大限度地满足受众随时随地进行短视频的观看和分析的需求，与用户的黏合程度相对较高。[2] 短视频主要为社交媒体而产生，以此来达到效率的提升和较强的互动性。利用移动端视频来进行社交平台的发布，可以实现互联网的信息扩散和延伸。

移动端视频本身具备的可视性相对较强，属于现阶段新媒体时代内容创新发展的重点方向，很多的传统媒体借助于已有基础，实现对短视频业务的不断扩展和拓宽。移动端本身具备的高效、即时、便捷的特点使得国内外的新闻机构对其移动端视频的新闻报道新领域进行了全面的开拓和发展。在国内移动短视频形成了完整的产业链条，具备了做内容的机构、做平台的机构以及内容平台同时发展的机构。对于内容机构来说，主要是以中央广播电视总台、人民日报社、新华社三家主流媒体为代表，并且还包含了浙江日报报业集团的浙视频、《新

京报》的我们视频、《南方周末》的南瓜视业、上海报业集团的箭厂等。[3] 商业机构当中具备了二更、一条等短视频内容的生产方式，在短视频平台通过“两微一端”和其他平台多渠道分发。现阶段的平台类机构当中，主要代表为今日头条、腾讯、快手、秒拍等，此种类型的机构可以实现对短视频的高度聚合，对于原创内容进行扶持优化，实现垂直、中等规模平台之路的全面发展。

2. 新时期传统电视媒体与新媒体融合的必要性

首先，电视媒体弥补新媒体内容存在的缺陷。在当前的媒体融合趋势下，多种媒介涌现出了不同的形式，因此新媒体的发展过程当中出现的缺陷最为明显，集中体现在其内容方面。电视媒体作为传统媒体的代表，在前期的资料收集和后期的节目策划和制作过程当中，在系统性和完善性方面都具备自身的标准化流程，节目的后期制作方面也相对精良。在传统的电视媒体当中包含了大量经验丰富的节目制作团队，可以为多个视频网站平台的节目提供出更多的专业支持，以此来保证其网站平台的节目质量。在传统媒体当中，电视媒体有助于视频网站实现丰富化，实现高收视率和点击率。

其次，在新媒体拓宽电视媒体传播渠道方面，传统的电视媒体的传播渠道比较固定和单一，对受众的信息获取存在一定的限制。[4] 现阶段移动互联网支持下，借助于智能终端中的各种社交媒体可以实现对多个信息的获取，因此电视媒体会逐渐边缘化，需要借助于新媒体的优点来对自身的传播渠道进行拓宽，构建出其移动客户端与门户网站。可以对大量的视频节目资源进行汇聚，以此来最大限度地满足受众的观看需求，电视台本身的电视台收视率也可以得到进一步的提升，由此可见，新媒体对于传统电视媒体的渠道可以起到有效的拓宽，以此来提供出覆盖范围更广的平台，实现节目的快速传播最大限度地满足受众的多元化需求。

3. 传统电视媒体与新媒体短视频的融合发展

3.1 内容

在内容变化方面，呈现出内容短但是数量多的状态，短视频的出现，可以说开启了影像时代的发展。现如今短视频的形式多种多样，基于互联网、大数据、5G、云计算、AI 等高科技的技术实现了广泛的应用和推广发展，人们的时间变得越来越碎片化，简短高效属于当前的信息传播的主要特色，时长相对较短，内容方面一目了然，符合当前社会人们对信息获取方面快节奏的特点。人们对新事物的接受过程中，可以分为几个阶段来进行，分别为“认识”—“熟悉”—“习惯”—“认可”这几个阶段，对短视频来说需要对相关的内容进行大量的输出，以此来强化观众对短视频当中的相关内容的接受程度。每一条短视频本身具备类似的结构形式[5]，以此来吸引特定的受众群体。在制作内容方面，具备特色和互动性，短视频当中对于外在的形式来说，内容属于视频的核心所在。现阶段，受众对于内容可以实现自主选择。短视频本身具备灵活性、互动性、多样性，可以从大量繁多的视频当中脱颖而出，形成深刻的记忆点，吸引到人们的目光，聚拢人气，达到良好的宣传效果。

3.2 制作方面

在制作技术方面的变化出现了多个特点，首先在视频的画面质量方面，相对于传统的电视节目，短视频的长度都在 5 分钟以内，时长比较短，但是制作方面相对精良，在标准方面也没有降低。在现阶段，短视频本身的传播具备多样性，制作门槛也相对较低，具备较强的可操作性，因此很容易导致视频质量参差不齐现象。短视频的质量高低成了能否吸引观看者注意力的重要因素之一。其次，在后期制作方面相对灵活。目前在网络传播的受众当中，大部分为年轻人，因此在短视频制作的形式方面需要具有活泼、幽默、个性化的特点。因此短视频的长度问题也体现在了后期制作当中。另外，对画面节奏感的把控也要求相对较高，要做到不拖沓。在内容的选择方面，短视频总时长相对较短，需要表达的内容相对完整，因此在素材的选择方面需要简单明了，镜头的衔接，需要实现快速切换镜头，每一个镜头在表达完整意思的基础上可以实现精简。在字幕方面，新媒体短视频的字幕形式具备创新和改变，字幕的呈现效果变得更加生动有趣，在短视频当中加入多个形式的字幕，可以对视频的内容起到有效的提示作用，增强视频的可看度、活泼度。

在音乐和音效方面，无论传统电视节目还是新媒体短视频，其音乐和音效都占据了重要的比重，加入音乐和音效，可以增强整个视频的生动性，实现节奏感的突出，从而最大限度地激发观看者的情绪体验，形成强烈的共鸣。音效的加入可以对内容起到提示作用，对内容的节点可以对情绪的转折进行突出显示。短视频的制作需要根据视频的内容来选择音乐音效的搭配。需要做到节奏感提升的同时还增加其趣味性，有效吸引观看者的注意力。在传播方式方面，也发生了很多的转变，在网络平台当中实现了多渠道的传播，不仅局限于电视媒介和传播媒体。在手机端中的多个软件层出不穷，因此选择方面更加多元化，打破了时间和空间的限制，可以根据自身的习惯来选择喜欢的信息。在互动性方面也得到了提升，传统的电视节目观众属于被动的信息接收者，无法参与到其中。新媒体的短视频在传播方式方面增强了其互动性，视频内容上传到相关的播放平台上，即时就可

以收到来自于观看者的反馈，制作者可以根据评价反馈来进行内容的调整。在传播的时效性方面也得到了增加，传统媒体中，报纸需要编辑和印刷，电视台节目需要策划和制作，新媒体短视频可以增强其传播的时效性。互联网的发展对于短视频的诞生和发展提供了基础的条件和平台，互联网的传输特点对于新媒体信息的传播速度也起到了有效地提升作用。因此对第一手的新闻讯息，可以及时地进行制作发布。针对短视频的时长来说相对较短，且内容简明，制作方面，对新闻的快速响应得到了最大限度的体现，节目内容的时效性得到了最大限度地体现。

4. 传统媒体与新媒体的融合发展

第一，需要不断加大相关课程的培训力度，在新媒体时代中，存在海量的信息资源，利用快速的传播速度和互动模式给人们带来了全新的体验。传统的信息传播模式已经满足不了人们多元化的信息需求，在转型的路上需要实现不断地探索，以此来适应互联网模式下的媒体发展新模式。对新媒体课程的培训力度需要加大，可以最大限度地增强其传统电视工作者对于新媒体相关知识的全面掌握，以此来了解现阶段媒体运营的全新理念，快速掌握新媒体制作和传播的技术，完善其相关的专业度。

第二，在内容方面需要对自身进行良好的定位，传统电视媒体内容需要创新发展，在自身技术优势的特点上做到创新，以此来完成与新媒体更好的融合发展。借助于自身的优势特点找准自身的定位。电视媒体现如今的发展积累了大量的优质内容和质量上乘的素材，其本身的底蕴相当丰厚，成为现阶段传统媒体的优势所在。因此需要充分利用自身的优势，将自身积累的内容优势与新媒体形式相结合，来制作出高水平、高质量，又符合自身特色的视频内容，从而使传统媒体走出适合自身发展的道路。

第三，需要提升其后期制作技术，借助多样化的制作手段来实现为视频内容进行不同效果的添加，最大限度地满足观众对感官享受的需求，完成信息的高效传递。[6] 在这个过程当中需要对新媒体的短视频制作技术进行提升，利用多样化的制作手段来进行开发，借助多元化的制作元素来实现对电视节目的提升。制作出更加优良的节目，以此来实现在媒体环境中可以脱颖而出，实现传统媒体与新媒体的融合发展。

5. 新时期传统电视媒体与新媒体融合发展的有益尝试

实现对传统媒体和新媒体的高度融合还要对几个方面进行注意：其一需要打破其时长的局限性，利用短视频来作为融合的切入点和出发点，需要各个新媒体平台去分析现代受众的信息接收喜好与习惯，以此来实现多维化的制作短视频，结合其市场需求来进行短视频的制作与投放。[7] 其二，打造直播式的购物形式，电视购物逐渐被时代抛弃，但是在直播活动当中，借助于互联网来实现互联网经济市场潜力的开发，根据其受众的要求进行实时讲解和细节展示，具备强烈的互动感、场景感与真实感，可以快速地吸引大量粉丝。直播市场的未来具备较大的可能性，可以成为传统电视媒体与新媒体融合发展的突破口。

结语

综上所述，现阶段互联网技术快速发展的背景下，传统电视媒体的发展受到了一定的冲击，因此需要改变自身的思维，实现媒体内容、传播渠道、传播平台、发展观念等多个层面的融合发展，针对现阶段的短视频直播带货等趋势，可以尝试多个方面多种形式的融合创新。两者融合发展中，需要坚持自身的媒体底线，保持自身的权威性。媒

参考文献

[1] 翁德雄．融媒体时代新闻短视频发展的若干思考 [J]. 传媒论坛，2020（15）：38+40.

[2] 冷凇．论短视频对传统电视新媒体化赋能的独特性 [J]. 现代传播（中国传媒大学学报），2019（10）：115-119.

[3] 黄海．移动互联时代新闻短视频的话语与叙事分析 [J]. 新闻与传播评论，2019（5）：120-128.

[4] 张收鹏，李明德．电视媒体移动短视频内容生产及传播策略研究 [J]. 电视研究，2019（3）：56-58.

[5] 蒲锡林．传统电视媒体的新媒体融合：短视频——以梨视频为例 [J]. 视听，2018（11）：38-39.

[6] 杨芳秀，董紫薇．镌刻传媒经济发展格局，探索智能音频创新实践——2019 传媒经济蓝皮书发布会暨第二届中国传媒经济博士生论坛综述 [J]. 新闻战线，2019（24）：3-5.

[7] 陈旭管．以进化论为工具探讨传媒的本质及其发展规律——“中国新闻传媒科技发展”沙龙实录 [J]. 中国传媒科技，2019（10）：7-9.

作者简介：段夕红（1977-），女，山东诸城，主任编辑，研究方向：电视新闻、新媒体、短视频。

（责任编辑：胡杨）